

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DANIELLE SEYER ASSUNÇÃO

PLANO DE NEGÓCIOS:

ACTO ACADEMIA DE DANÇA

CURITIBA

2010

DANIELLE SEYER ASSUNÇÃO

PLANO DE NEGÓCIOS:

ACTO ACADEMIA DE DANÇA

Monografia apresentada como requisito parcial à conclusão do Curso de Especialização em Marketing do Departamento de Administração Geral Aplicada da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Freddy Kessler

CURITIBA

2010

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - LOGOMARCA DA ACTO DANÇA.....	10
FIGURA 2 - VISTA DA AV. NOSSA SRA. APARECIDA – ENTRADA DA ACADEMIA.....	17
FIGURA 3 - BARRACÃO DA ESCOLA COM RUA PARTICULAR E ESTACIONAMENTO PRIVATIVO.....	17
FIGURA 4 – FACHADA DA ESCOLA.....	18
FIGURA 5 – RECEPÇÃO.....	18
FIGURA 6 – JARDIM DE INVERNO – CONVIVÊNCIA.....	19
FIGURA 7 – CHAMINÉ.....	19
FIGURA 8 – SALA DE ESPERA.....	20
FIGURA 9 – SALA DE DANÇA AZUL.....	20
FIGURA 10 – SALA DE DANÇA AMARELA.....	21
FIGURA 11 – SALA DE DANÇA VERDE.....	21
FIGURA 12 – CANTINA.....	22
FIGURA 13 – VESTIÁRIOS.....	22
FIGURA 14 – ESBOÇO DO SITE ACTO.....	28
FIGURA 15 – ESBOÇO HOTSITE PROJETO ACTO.....	29
FIGURA 16 – BLOG DA ACTO.....	30
FIGURA 17 – ANÚNCIO BANNER SITE SINEPE.....	31
FIGURA 18 – INCLUSÃO DA ACTO NO GOOGLE MAPS.....	22
FIGURA 19 – BRINDE CHAVEIRO SAPATILHA.....	33

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - INVESTIMENTO INICIAL.....	35
TABELA 2 - PROJEÇÃO DOS RESULTADOS.....	37

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	7
1.1 OBJETIVOS.....	8
1.1.1 <i>Objetivo Geral</i>	8
1.1.2 <i>Objetivos Específicos</i>	8
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
3. PLANO DE NEGÓCIOS.....	11
3.1 ENUNCIADO DO PROJETO.....	11
3.1.1 <i>Competência dos responsáveis</i>	11
3.1.2 <i>O Produto e Metodologia</i>	11
3.1.3 <i>Objetivo</i>	12
3.2 MERCADO POTENCIAL – A OPORTUNIDADE.....	12
3.2.1 <i>Elementos de diferenciação</i>	13
3.3 A EMPRESA.....	13
3.3.1 <i>Missão</i>	13
3.3.2 <i>Objetivos</i>	14
3.3.3 <i>Situação Planejada/desejada</i>	14
3.3.4 <i>Foco</i>	15
3.4 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL.....	15
3.4.1 <i>Descrição Legal</i>	15
3.4.2 <i>Estrutura funcional, diretoria, gerência equipe</i>	16
3.4.3 <i>Descrição de unidade fabril</i>	16
3.4.4 <i>Síntese das responsabilidades da equipe dirigente</i>	23
3.5 <i>Plano de operações</i>	23
3.5.1 <i>Administração</i>	23

3.5.2 Comercial	23
3.5.3 Controle de Qualidade.....	24
3.5.4 Sistemas de gestão.....	24
3.5.5 Parcerias.....	24
4. PLANO DE MARKETING.....	25
4.1 ANÁLISE DE MERCADO.....	25
4.1.1 O setor.....	25
4.1.2 Oportunidades e ameaças.....	25
4.1.3 Clientela.....	26
4.1.4 Concorrência.....	26
4.1.5 Estratégia de marketing.....	27
4.1.6 Criação de Website Acto.....	27
4.1.7 Hotsite do Projeto.....	28
4.1.8 Criação do Blog da Acto.....	29
4.1.9 Anúncio Banner Site Sinepe/PR.....	30
4.1.10 Inclusão da Empresa no Google Maps.....	31
4.1.11 Papelaria do Projeto.....	32
4.2 PLANOS DE PESQUISA & DESENVOLVIMENTO.....	33
4.3 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES.....	34
5. PLANO FINANCEIRO.....	34
5.1 PREÇO.....	34
5.2 INVESTIMENTO INICIAL.....	35
5.3 PROJEÇÃO DOS RESULTADOS.....	37
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS.....	39

ANEXOS.....	39
ANEXO 1	40
<i>Dados Demográficos da Cidade de Curitiba</i>	
ANEXO 2	41
<i>Universo do Público Alvo</i>	
APÊNDICE.....	43
<i>Pesquisa de Opinião direta com Público alvo</i>	

1. APRESENTAÇÃO

Este plano de negócios tem como objetivo principal apresentar uma proposta de lançamento de um novo produto para a Acto Academia de Dança, de Curitiba. O plano ao todo conta com a elaboração geral de um plano de negócios para venda de aulas fechadas de dança para escolas particulares de ensino infantil a médio, da cidade da empresa.

Este plano demonstra o plano para a entrada deste negócio na já estabelecida academia, plano de marketing com ações condizentes à realidade atual da empresa, inclusive com idéias de anúncios e propagandas.

Também é demonstrada a análise da oportunidade de negócios, com pesquisas e dados educacionais da cidade, e também viabilidade financeira para os primeiros meses do projeto, juntamente com uma projeção de lucros e dividendos do mesmo.

Esta proposta de Plano de negócios foi elaborada com base no processo de elaboração de planos de negócios por DOLABELA (2000). A proposta contém toda a descrição do processo a ser seguido, bem como sugestões e exemplos de planos já adotados.

Com a realização deste estudo, a Acto Academia de Dança poderá compreender a viabilidade tanto financeira quanto intelectual, e também os impactos da implantação deste projeto na realidade atual da empresa.

3.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Elaborar um plano de negócios para a Acto Academia de Dança, que contemplará a criação de um novo produto de criação e venda de aulas fechadas de dança para escolas particulares de ensino infantil a médio de Curitiba.

1.1.2 Objetivos específicos

- Criar e planejar a metodologia das aulas fechadas de dança junto aos professores e pedagogos
- Esquematizar o plano estrutural de vendas do projeto
- Projetar investimento inicial e projetar as futuras vendas

2. REFERENCIAL TEÓRICO

“A princípio, podemos definir Plano de Negócio como um documento de planejamento, elaborado de acordo com as necessidades de cada empreendimento, capaz de nos mostrar toda a viabilidade e estratégias deste, do ponto de vista estrutural, administrativo, estratégico, mercadológico, técnico, operacional e financeiro.” (FERREIRA; 2008).

Basicamente podemos defini-lo como um plano estruturado e calculado para que as empresas, que analisam e criam plano de negócios cometam seus erros no papel. No plano de negócios é onde a empresa e seus estudiosos podem perceber se um projeto tem ou não chance de dar certo.

Segundo levantamentos recentes na área, e baseado nas informações publicadas pelo SEBRAE¹, no Brasil são constituídas anualmente em torno de 470 mil novas empresas. O que demonstra a grande capacidade de empreender do brasileiro. Em contrapartida, podemos constatar também que por trás deste progresso existem dados ruins. Segundo o SEBRAE, as taxas de mortalidade das empresas no Brasil são alarmantes:

- Empresas com até 2 anos de existência = 49,4% de mortalidade;
- Empresas com até 3 anos de existência = 56,4% de mortalidade;
- Empresas com até 5 anos de existência = 59,9% de mortalidade.

1. Disponível em www.sebrae.com.br, acessado em 30 de maio de 2010.

As principais causas apontadas para o fechamento destas empresas, na opinião dos empresários envolvidos, baseiam-se principalmente em questões relacionadas a problemas gerenciais, tais como:

- Falta de capital de giro;
- Problemas financeiros (muitas dívidas);
- Ponto de venda inadequado;
- Pouco conhecimento sobre gerenciamento do negócio;
- Falta de planejamento.

Exatamente por estes motivos que entendemos a grande importância da realização de um plano de negócios sério com projeção de resultados e mensuração de ações e investimentos.

3. O PLANO DE NEGÓCIOS

3.1 ENUNCIADO DO PROJETO

Este Plano de Negócio tem como objetivo apresentar os estudos e análise da viabilidade da implantação de um sistema de elaboração, treinamento e comercialização de aulas de danças fechadas, para a Acto Academia de Dança. Esta que terá seu foco na implantação das aulas em escolas particulares, com um produto novo, que se diferencia por ser aplicado em qualquer local sem necessidade da estrutura de uma academia de dança.



FIGURA 1 – LOGOMARCA DA ACTO DANÇA

3.1.1 *Competência dos responsáveis*

A Acto academia de dança é uma empresa muito bem estruturada. Todos os seus professores são capacitados com curso superior na área de dança ou educação física, com especializações e freqüentes reciclagens internacionais. Sua diretora artística Juliana Antunes, e também a diretora administrativa Ilona Seyer,

além da experiência de oito anos com esta academia, já vem de 15 anos de experiência em outras escolas de dança.

3.1.2 O Produto e Metodologia

O produto a ser comercializado são basicamente aulas de dança nas modalidades de Jazz, balé e sapateado. A atuação da academia é estruturar e planejar estrategicamente blocos de aulas em cada modalidade e dificuldades diferentes. Depois de desenvolvida e com a metodologia e certificação da Acto, as aulas serão repassadas em forma de treinamento a professores também de dança, porém que atuam em escolas do ensino fundamental e médio. A Acto oferecerá a coordenação pedagógica e artística destes professores, que repassarão a sua metodologia aos seus alunos, no próprio colégio onde estudam, sem a necessidade de estarem matriculados numa específica escola de dança.

Resumindo, o aluno terá dentro de seu espaço já conhecido de estudo uma complementação cultural certificada por uma marca que entende do assunto.

Os benefícios são para ambos:

- Professor: contará com um acompanhamento e coordenação mais próximos dele, e específico da área de dança. Com os treinamentos da metodologia Acto de ensino poderá proporcionar o melhor o ensino da dança para seus alunos.
- Escola/colégio: Terá a segurança de estar oferecendo um ensino da cultura da dança de melhor qualidade, e com acompanhamento técnico. A coordenação pedagógica discutirá com a coordenação técnica da Acto para desenvolverem mais

e mais seus alunos. Ter o seu próprio professor aplicando e aprendendo esta metodologia de ensino

- Alunos/pais: terem dentro do próprio colégio um ensino da dança de grande qualidade, com o professor e estrutura do colégio em que estudam. Ter a possibilidade de aprender o melhor da dança e desenvolver a capacidade de raciocínio, atenção e todos os benéficos que a dança trás.

3.1.3 Objetivo

O objetivo deste projeto é fazer com que a qualidade do ensino da dança aumente e esteja disponível também para os colégios, que por algum motivo não contem com uma coordenação pedagógica na área de dança. A Acto fornecerá a coordenação, as aulas, o planejamento, avaliação dos alunos, a certificação de um trabalho correto, e desenvolvimento cultural das crianças.

3.2 MERCADO POTENCIAL – A OPORTUNIDADE

O mercado alvo é compreendido pelas escolas particulares de Curitiba, que ofereçam o ensino infantil, fundamental e médio. Abrangendo as idades dos 3 até os 18 anos.

A grande oportunidade identificada pela Acto, é representada pela necessidade de existir um melhor ensino da dança dentro destas escolas, sem que se monte uma filial da escola de balé dentro de uma escola regular. A idéia é que a estrutura e professores seja a mesma, somente coordenando e utilizando uma metodologia séria que a Acto propõe.

De acordo com o IBGE (2009), em Curitiba o universo de mercado de escolas fundamentais particulares é de 113 escolas, para o ensino médio e particular são 69 instituições, e ensino pré-escolar privado 346. Muitas destas escolas e alunos aprendem a dança como recreação, e não conseguem extrair dela o melhor retorno que o aluno pode ter.

3.2.1 Elementos de diferenciação

Um dos principais diferenciais do produto da Acto é poder utilizá-lo dentro da estrutura de seu colégio, isso inclui professores e o próprio local das aulas, e não fazer uma escola Acto dentro de seu colégio. Os alunos continuam sendo alunos da escola, porém utilizam a metodologia da Acto, podendo aprender e crescer com os ensinamentos mais específicos da área da dança.

Outro bom diferencial é proporcionar o crescimento de seu professor tornando capaz de ministrar aulas com elaboração pedagógica, e não somente recreação. Proporcionar ao aluno o encontro com a arte, e não somente fazer com que ele se mexa e dizer que é dança, é mostrar que ele pode e abrir as portas para que ele tenha contato com a arte, a cultura em sua melhor educação.

3.3 A EMPRESA

3.3.1 Missão

A Missão da Acto Academia de dança é perpetuar o ensino da dança com a melhor qualidade para pessoas de todas as idades que gostem da arte de

dançar. O seu público alvo são mulheres de idades entre 3 até 50 anos, mas pode também atingir homens e pessoas de todas as idades, que tenham simplesmente o desejo de dançar.

3.3.2 *Objetivos*

Para que o Plano de marketing pudesse ser feito de maneira clara e detalhada a Acto Academia de dança estabeleceu parâmetros a serem seguidos a curto prazo a partir do início de suas atividades. Por seu um produto novo, não existem concorrentes para nos basearmos, então os parâmetros foram impostos como metas, que são no primeiro ano: apresentar o produto a 90% das escolas potenciais onde gostaríamos de trabalhar e que tem o perfil da academia. Por serem escolas estruturadas, sabemos que a implantação do projeto e aprovação sempre seria para o próximo ano letivo, pois necessita de um planejamento de aulas semestral e anual.

Destes 90% de escolas visitadas, nossa meta é de 10% de pré-aquisições, e 6% de respostas positivas em estudar nossa proposta para o próximo ano letivo.

3.3.3 *Situação Planejada/desejada*

De acordo com os objetivos propostos, a Acto Dança planeja conquistar este mercado ainda não explorado de comercialização e treinamento das aulas de dança para colégios. Projeta-se a conquista de 90% de visitas em colégios e escolas foco, e destes 10% de pré- aquisições, ou seja, interesse em utilizar a proposta e adaptá-

la a sua realidade, e também mais 6% de respostas positivas e interesse em utilizar a proposta em um próximo ano letivo.

As principais estratégias para alcançar tal situação são: definição da metodologia de ensino e certificação da mesma, apresentação do projeto ao público alvo, e projeção da sua imagem vinculada ao melhor ensino da dança e acompanhamento pedagógico.

O Crescimento do projeto será planejado em etapas, levando em conta sua preparação para enfrentar desafios maiores.

Pretende-se manter uma situação financeira saudável necessitando do mínimo de financiamento inicial possível.

Após sua consolidação, que projetamos ser em 5 anos, a Acto academia de dança pretende buscar o mercado de outras cidades e estados.

3.3.4 *Foco*

A Acto, que já está inserida do mercado como academia de dança, concentrará suas atividades também na comercialização deste projeto de comercialização e treinamento de aulas de dança em escolas inicialmente de Curitiba. Não tem o interesse em expandir as modalidades fora do circuito jazz, balé e sapateado que é de sua especialidade. Assim, seu foco será, além do ensino da dança em sua sede, também a comercialização e realização de seu projeto de comercialização de aulas.

A academia aspira ser reconhecida como exemplo em qualidade do ensino e execução da dança para o público estudantil.

3.4 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL

3.4.1 Descrição Legal

O Regime jurídico da Acto academia de Dança é se sociedade por quotas de responsabilidade limitada, e a implantação do projeto não acarretará em mudanças deste nível.

3.4.2 Estrutura funcional, diretoria, gerência equipe

A Acto é uma empresa classificada como simples. Conta com três sócios, um administrativo outro financeiro e outro artístico. Para este projeto será contratado um coordenador específico que cuidará junto à equipe de profissionais da dança e educação da elucidação do projeto em si, juntamente com a metodologia que será aplicada, e também estruturará a parte de venda e aplicação do projeto. Também será promovida a função de coordenador artístico do projeto um dos professores de dança da casa.

A escola conta com 11 professores de dança, (jazz, balé, e sapateado), 2 secretárias uma para o turno da manhã, e outra para o turno da noite, 1 funcionária de limpeza, 1 segurança noturno e 1 funcionária para a cantina.

3.4.3 Descrição de unidade fabril

A Acto academia tem sua sede em Curitiba, localizada no bairro Seminário, à Avenida Nossa Senhora de Aparecida, nº 742 – B. A sede tem 1000 metros

quadrados, 3 salas de aulas de dança, secretaria, sala de espera, cantina, vestiários, mezanino com a administração, sala de reuniões, sala de professores, área livre (pátio), e estacionamento privativo.

A localização é nobre, e o estilo da construção é também extremamente agradável, claro e arejado para as práticas da dança.

Vejamos abaixo imagens da estrutura atual da academia.



FIGURA 2 – VISTA DA AV. NOSSA SRA. APARECIDA – ENTRADA DA ACADEMIA



FIGURA 3 - RUA PARTICULAR E ESTACIONAMENTO PRIVATIVO



FIGURA 4 – FACHADA DA ESCOLA



FIGURA 5 – RECEPÇÃO



FIGURA 6 – JARDIM DE INVERNO – CONVIVÊNCIA



FIGURA 7 – CHAMINÉ



FIGURA 8 – SALA DE ESPERA



FIGURA 9 – SALA DE DANÇA AZUL



FIGURA 10 – SALA DE DANÇA AMARELA



FIGURA 11 – SALA DE DANÇA VERDE



FIGURA 12 – CANTINA



FIGURA 13 – VESTIÁRIOS

3.4.4 Síntese das responsabilidades da equipe dirigente

Ilona Cristina Seyer é a proprietária e fundadora da escola. Trabalhou por 15 anos como gerente, e posteriormente sócia da Danjô Escola de Dança. Também em Curitiba, foi também professora (de 1ª a 4ª série) em vários colégios particulares de Curitiba. Foi proprietária de uma escola de educação infantil. Com estes trabalhos adquiriu grandes conhecimentos sobre o setor pedagógico e também da educação infantil. Desenvolveu inúmeros projetos na área de educação, e durante todo este tempo teceu uma rede de contatos relativos à área. Hoje também participa como conselheira do SINEPE, Sindicato das Escolas Particulares do Paraná.

3.5 PLANO DE OPERAÇÕES

3.5.1 *Administração*

A empresa já conta com uma estrutura organizada para atender seus alunos e dar aulas de dança em sua sede. Conforme mencionado, inicialmente contará com um coordenador específico que cuidará de todo o desenvolvimento e execução deste projeto. A centralização no início nas funções deste coordenador, além de ter em vista a redução de custo operacional, permitirá que a diretoria adquira experiência para o crescimento e modificações necessárias neste projeto.

3.5.2 *Comercial*

No que diz respeito a força de vendas, será coordenada pelo coordenador geral do projeto que definirá um funcionário da equipe com conhecimento artístico e educacional para orientar seu argumentos de venda. Após o texto de vendas estar acertado, quem fará inicialmente este trabalho será o próprio coordenador.

3.5.3 *Controle de Qualidade*

A alta qualidade no oferecimento de um trabalho é uma exigência de todo cliente globalizado. Esta é maior ainda quando trata-se do pai ou mãe em relação à educação de um filho. Em vista disso a Acto criará um selo de qualidade Acto Dança, algo como uma certificação que a escola terá ao oferecer a qualidade dos

serviços Acto aos seus alunos. Nossa idéia inicial é aprovar este sela junto aos órgãos de educação e dança do estado.

3.5.4 Sistemas de gestão

A Acto academia de dança é uma empresa estruturada, que conta com softwares de gestão de matrículas, aulas ensaios, pagamentos contas a pagar e receber. O projeto já utilizará toda esta estrutura existente.

3.5.5 Parcerias

Para o projeto sair do papel, contrataremos com a ajuda do SINEPE na divulgação do projeto em suas associadas, escolas particulares de todo o Paraná. Não utilizaremos apoios de leis de incentivo ou apoio cultural. Estudamos depois da implantação do projeto e análise do retorno a busca de patrocinadores e implantação em empresas.

4. O PLANO DE MARKETING

4.1 ANÁLISE DE MERCADO

4.1.1 O setor

O setor no qual a Acto Dança pretende ingressar, é um tanto quanto mal explorado. As escolas de dança dão aulas em suas sedes. As escolas de ensino regular muitas vezes contratam profissionais não preparados para darem um ensino básico aos seus alunos como complementação cultural. Outras terceirizam o trabalho e colocam a escola de dança dentro de sua escola, mas não coordenam nem acompanham o trabalho das mesmas.

O principal público direto são os diretores ou coordenadores educacionais das escolas particulares, que entendam e comprem a idéia de melhorar a qualidade do ensino da dança dentro de seu estabelecimento. Em segundo plano os pais e as crianças, que verificarão a diferença no ensino e exigirão a qualidade.

4.1.2 Oportunidades e ameaças

Dentre as oportunidades identificadas neste ramo de negócios, destacam-se a alta concentração de escolas particulares em Curitiba e Região, a também grande concentração de jovens e adolescentes nesta região, a boa fase em que a dança se encontra sendo muito divulgada em programas de TV de renome nacional, como

exemplo a Dança dos Famosos no Domingão do Faustão da Tv Globo, o interesse dos pais em proporcionar educação cultural a seus filhos, o baixo custo do projeto.

Entre as principais ameaças ao projeto temos a escassez de cursos especializados aos nossos profissionais no Brasil, a dificuldade de apoio à cultura, e especificamente à dança em Curitiba, a concorrência que já se encontra instalada dentro dos principais colégios particulares de Curitiba, a falta do reconhecimento e diferenciação de uma boa educação e de uma má educação de dança.

4.1.3 Clientela

Nos estudos de mercado feitos para subsidiar este plano de negócios, foram utilizadas fontes secundárias, principalmente através da internet , com os dados demográficos da cidade de Curitiba, (Anexo I) , pesquisa do universo do público de escolas e docentes da cidade, (Anexo II), e também pesquisa de opinião com público final (Anexo III). Os objetivos desta pesquisa são identificar brevemente escolas onde a dança é valorizada, e qual o grau de interesse desta instituição.

4.1.4 Concorrência

Segundo pesquisa feita por telefones registrados de escolas de dança, (Telelistas.net , 2010) em Curitiba existem são 64 escolas de dança registradas e 4 escolas de balé.

Percebemos com estes dados que o número de grupos de dança com possibilidades de oferecer serviços similares ao proposto pela Acto Dança é grande.

Porém a escola conta com o seu grande diferencial percebido, que é a qualidade dos serviços prestados.

4.1.5 Estratégia de marketing

Serão duas estratégias concomitantes. Uma será a estratégia de vendas já citada anteriormente, onde será contratado um coordenador do projeto que fará as devidas apresentações ao público alvo, iniciando pela pesquisa de opinião e defendendo o projeto e vendendo a idéia nos primeiros momentos.

A segunda estratégia é fazer com que a qualidade do serviço da Acto seja percebida por um maior número de pessoas e que isto seja crescente. A empresa é pequena e não conta hoje com nenhuma estratégia de comunicação. A prioridade será colocar a Acto Dança em evidência, ou seja comunicar sua existência de maneira rápida e barata, visto que o projeto ainda está no início e a empresa não dispõe de capital para investimento. A estratégia será totalmente focada na internet e terá a papelaria do projeto como apoio. As ações iniciais serão:

4.1.6 Criação de Website Acto

O domínio actodanca.com.br já foi comprado e o estudo do design do site já foi feito conforme figura abaixo. A intenção desse site é que a empresa exista dentro da internet, que é uma ferramenta barata e com retorno em massa muito grande. Outra intenção é que as alunas, pais e clientes potenciais conheçam a história da academia e entendam a seriedade de seu trabalho e de seus serviços.

4.1.7 Hotsite do Projeto

Como o projeto de aulas de dança em escolas particulares é um projeto a parte da escola, decidimos publicá-lo em outro endereço eletrônico (www.projetoacto.com.br), onde o projeto visual assemelhar-se-á bastante às características do website da escola, porém falará somente sobre o projeto e será destinado diretamente ao público alvo do mesmo.

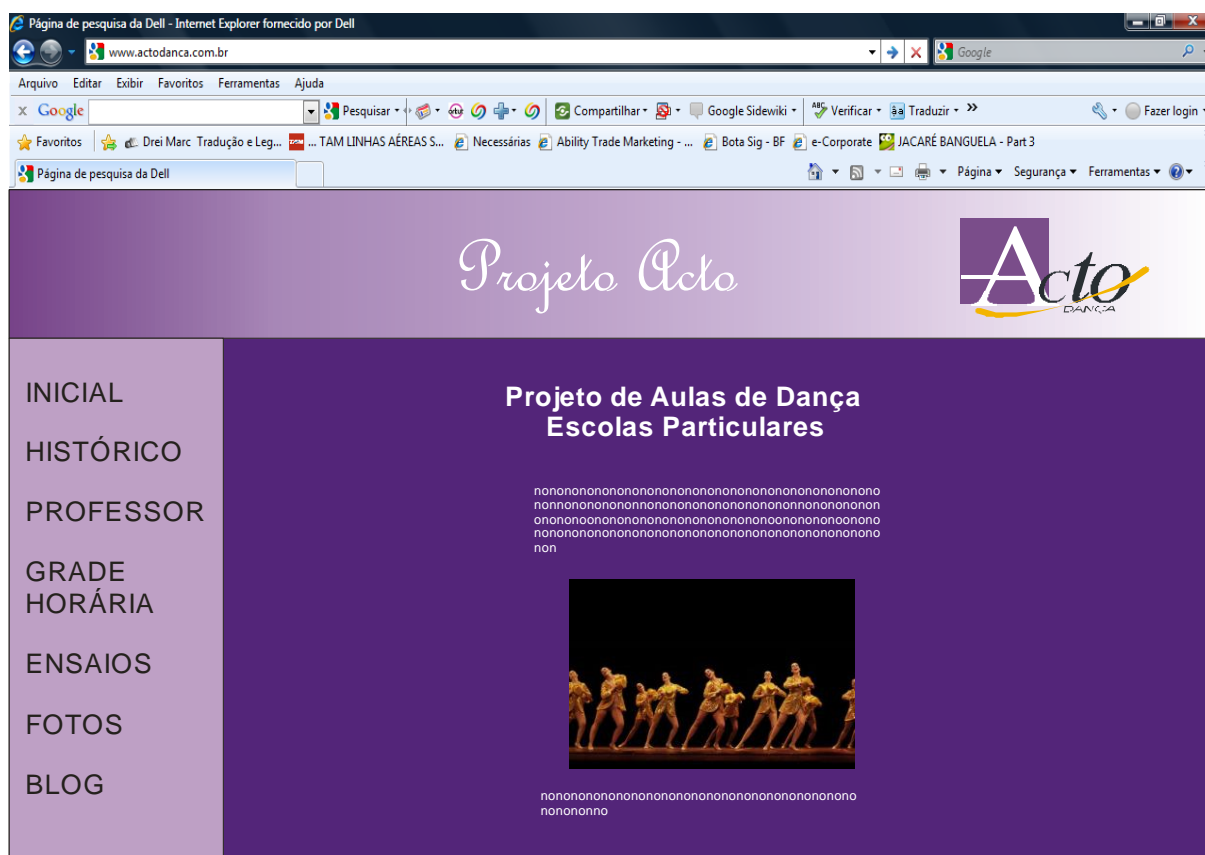


FIGURA 15 – ESBOÇO *HOTSITE* PROJETO ACTO

4.1.8 Criação do Blog da Acto

O Blog da academia já está no ar no endereço actodanca.blogspot.com, conforme figura abaixo. Ele é uma alternativa rápida instantânea, enquanto o website não é aprovado e colocado no ar. Lá as alunas tem a possibilidade de interagirem com a academia, incluírem seus recados e saberem mais informações sobre a rotina na academia.

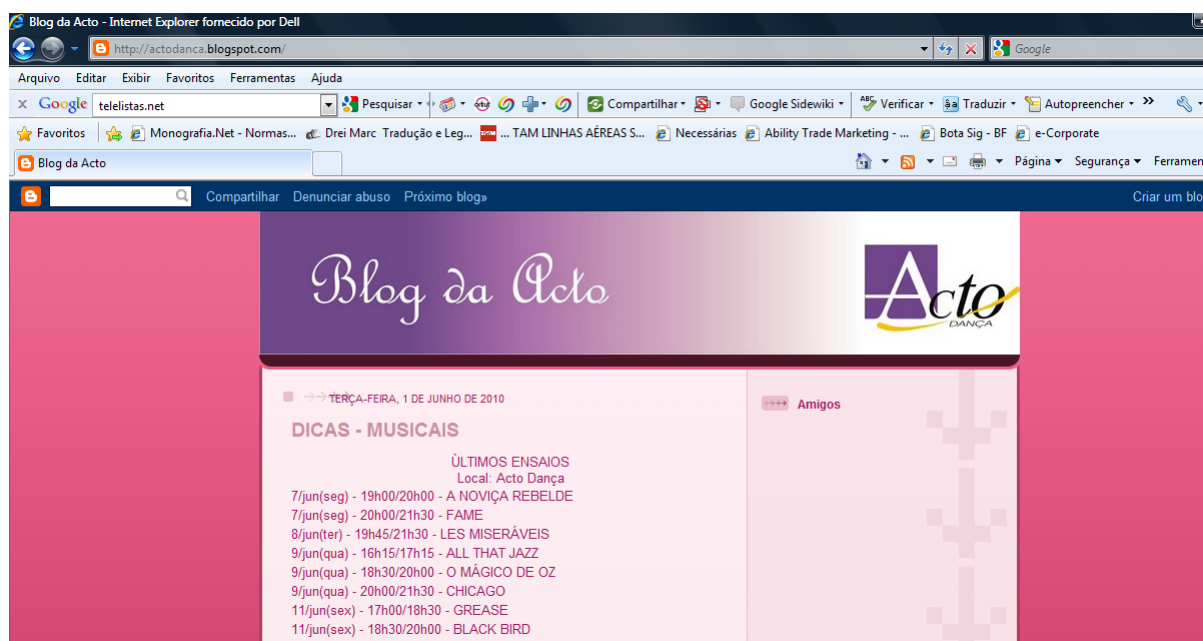


FIGURA 16 – BLOG DA ACTO

4.1.9 Anúncio Banner Site Sinepe/PR

A Escola já é associada ao Sinepe (Sindicato das Escolas Particulares de Curitiba), sugerimos que com o início da estratégia de apresentação e vendas do projeto que a Acto tenha um banner no site do Sinepe, o que transmitirá credibilidade às escolas e mostrando sua parceria com um forte sindicato do Paraná.

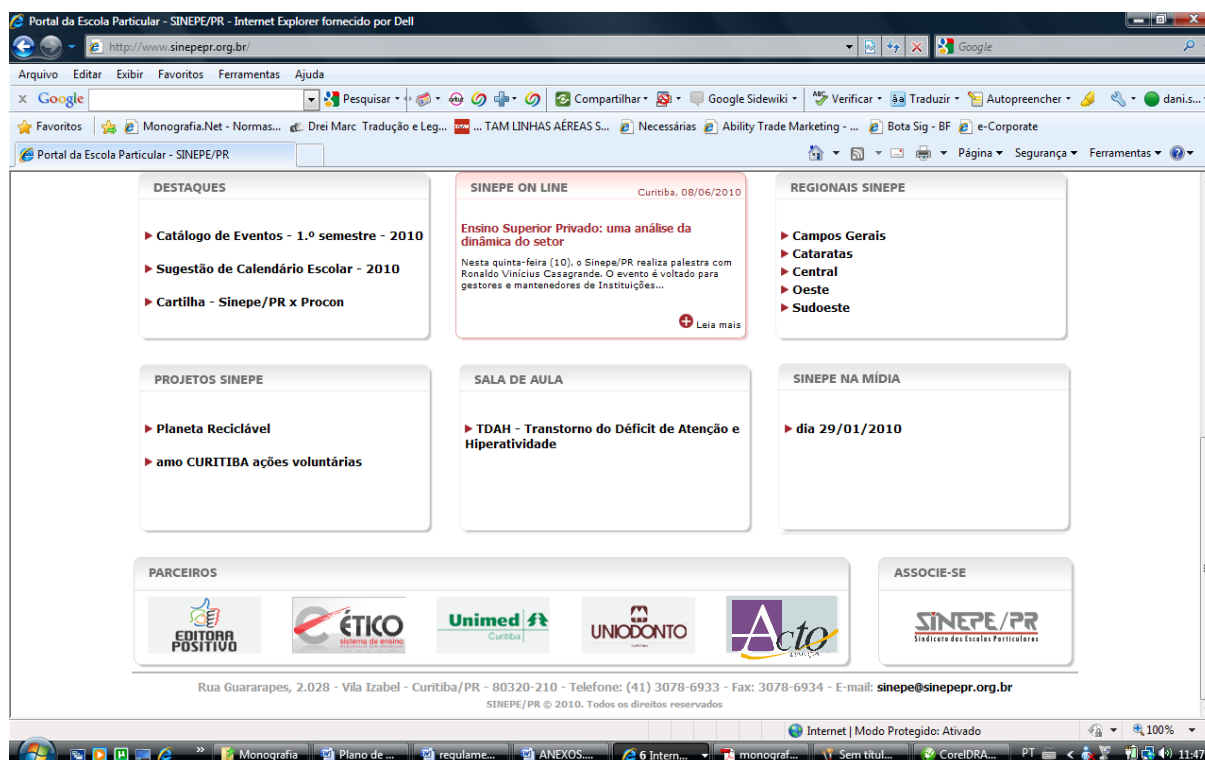


FIGURA 17 – ANÚNCIO BANNER SITE SINEPE

4.1.10 Inclusão da Empresa no Google Maps

Também já está no ar conforme figura abaixo, o endereço, localidade e telefone com uma resenha sobre a escola no *Google Maps*. É uma ferramenta gratuita que garante exposição do nome na escola nas buscas do Google, por uma academia ou escola de dança por exemplo. Outra situação pode ocorrer quando um potencial cliente esquecer o endereço do site da escola e for procurar diretamente no Google, não encontrará somente o endereço como também o mapa de localização da escola.

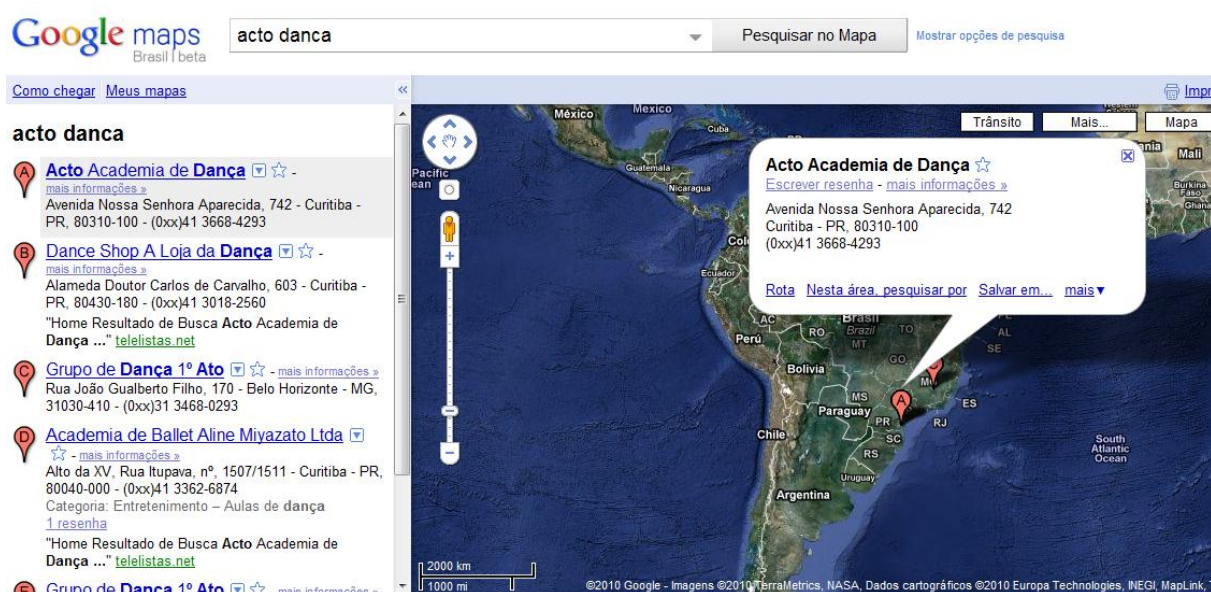


FIGURA 18 – INCLUSÃO DA ACTO NO GOOGLE MAPS

4.1.11 Papelaria do Projeto

Criação de Cartão de visitas para os envolvidos no projeto, malas diretas em papel a serem enviadas ao *mailling* de coordenadores pedagógicos da escola apresentando o projeto. *E-mail marketing* a ser encaminhado por email além dos diretores e coordenadores pedagógicos também para os professores. Impresso do projeto em capa dura para ser entregue nas visitas presenciais de apresentação do projeto nas escolas juntamente com um brinde.



FIGURA 19 – BRINDE CHAVEIRO SAPATILHA

4.3 PLANOS DE PESQUISA & DESENVOLVIMENTO

A Acto oferecerá às escolas associadas ao seu projeto treinamento semestrais com duração de 15 dias onde serão realizados *workshops*, aulas de danças, palestras, ensino de teorias da arte e cultura da dança, bem como apresentações de convidados especiais. O acompanhamento é *full time* em relação à coordenação dos professores dentro das escolas. Inicialmente o coordenador artístico acompanhará as primeiras aulas do professor recém-treinado para que depois ele possa ministrar as aulas sozinho.

Para a mostra de resultados obtidos montará no final de todo o ano espetáculo especial de demonstração destes resultados na escola e também num teatro ou outro local a ser definido, dependendo da proposta de dança daquele ano. Também irá propor uma ostra de dança menor no final do primeiro semestre para que as crianças sintam o gosto da dança e aprendam a apresentar-se em público.

Toda a parte de montagem e treinamento das coreografias, ensaios será de responsabilidade da Acto, que treinará os professores que repassarão as

informações aos seus alunos, conseguindo assim manter a sua qualidade em serviço da dança.

4.4 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

Todos os alunos das escolas particulares poderão utilizar os serviços da Acto, bem como a recepção, *web site*, *blogs*, compra de ingressos, uniformes e figurinos. Caso não queiram deslocar-se até a sede, a escola disponibilizará serviços de compra de ingressos e uniformes diretamente na casa da pessoa ou na escola.

5. O PLANO FINANCEIRO

5.1 PREÇO

Entendemos que os primeiros meses de vendas e demonstração do projeto serão inicialmente de prospecção de negócios futuros. Visto que mesmo aprovada a iniciativa e fechado o negócio as escolas contam com plano anuais pedagógicos e é complicado inserirmos um novo projeto num ano já iniciado. Nossa idéia é de que nos primeiros 6 meses seja feita prospecção de clientes e venda do projeto para implantação no ano seguinte. Entendemos que teremos giro de dinheiro a partir do terceiro ano. Por conta disto e de estudos realizados junto com o departamento financeiro da empresa, definimos o valor inicial de coordenação de R\$ 3000,00, e R\$ 400,00 por professor treinado e acompanhado.

5.2 INVESTIMENTO INICIAL

TABELA 1 – PLANO FINANCEIRO

INVESTIMENTO INICIAL**INSTALAÇÕES**

ITEM		QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	SUB TOTAL
1	ALUGUEL, GÁS, LUZ, INTERNET, TELEFONE, CONDOMÍNIO		Já existente, pago pela sede	R\$ -
			TOTAL	R\$ -

FUNCIONÁRIO - COORDENADOR VENDAS

ITEM		QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	SUB TOTAL
2	SALÁRIO	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
3	INSS+IMPOSTOS+BENEFÍCIOS	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
4	TELEFONE CELULAR COORPORATIVO	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
5	KM - GASOLINA	1	R\$ 360,00	R\$ 360,00
			TOTAL	R\$ 3.660,00

FUNCIONÁRIO - COORDENADOR ARTÍSTICO

ITEM		QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	SUB TOTAL
6	SALÁRIO	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
7	INSS+IMPOSTOS+BENEFÍCIOS	1	R\$ 1.300,00	R\$ 2.500,00
8	TELEFONE CELULAR COORPORATIVO	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
9	KM - GASOLINA	1	R\$ 360,00	R\$ 360,00
			TOTAL	R\$ 4.460,00

PAPELARIA - MATERIAIS DO PROJETO

ITEM		QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	SUB TOTAL
10	CARTÕES DE VISITA DIRETOR FIN.	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
11	CARTÕES DE VISITA DIRETOR ART.	200	R\$ 1,10	R\$ 220,00
12	CARTÕES DE VISITA COORDENADOR	300	R\$	R\$

			1,10	330,00
13	IMPRESSO PROJETO CAPA DURA	100	R\$ 15,00	R\$ 1.500,00
14	FOLDERS	500	R\$ 0,80	R\$ 400,00
15	MALA DIRETA IMPRESSA	200	R\$ 0,70	R\$ 140,00
16	AGÊNCIA DE DESIGN PUBLICIDADE/ CRIAÇÃO DOS MATERIAIS	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
17	MAILING ESCOLAS PARTICULARES DE CURITIBA	1	R\$ -	R\$ -
18	BRINDES CHAVEIRO SAPATILHAS	500	R\$ 5,30	R\$ 2.650,00
			TOTAL	R\$ 6.460,00

INTERNET E ANÚNCIOS

ITEM		QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	SUB TOTAL
19	ANÚNCIO BANNER SITE SINEPE	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
20	REGISTRO BR	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
			TOTAL	R\$ 600,00

PESQUISA DE MERCADO

ITEM		QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	SUB TOTAL
21	APLICAÇÃO DA PESQUISA DE OPINIÃO	1	R\$ -	R\$ -
22	APURAÇÃO DOS RESULTADOS PESQUISA	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
			TOTAL	R\$ 300,00

SOMATÓRIOS TOTAIS			TOTAL	R\$ 15.480,00
--------------------------	--	--	-------	------------------

Fonte: Dados encaminhados pela Acto Academia de Dança.

5.3 PROJEÇÃO DOS RESULTADOS

TABELA 2 – PROJEÇÃO DOS RESULTADOS

ITEM	DESCRIÇÃO	Primeiros 6 meses	Ano I	Ano II
1	Receita Bruta de Vendas	R\$ 0,00	R\$ 11.000,00	R\$ 18.650,00
2	(-) Deduções	R\$ 0,00	R\$ 1.650,00	R\$ 2.797,50
3	Receita Líquida de Vendas	R\$ 0,00	R\$ 9.350,00	R\$ 15.852,50
4	(-) Despesas Administrativas	R\$ 8.120,00	R\$ 8.120,00	R\$ 8.120,00
5	(-) Despesas com anúncios	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
6	Resultado Operacional	(-) R\$ 8.720,00	R\$ 630,00	R\$ 7.132,50
7	IR 15%	R\$ 0,00	R\$ 94,50	R\$ 1.069,88
Lucro Líquido		(-) R\$ 8.720,00	R\$ 535,50	R\$ 6.062,63

Fonte:: Dados fornecidos pela Acto Academia de Dança.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analizando todo este Plano de Negócios minuciosamente, podemos perceber que a realidade com a qual trabalharemos será bastante dificultosa. O projeto é novo e diferente e trás uma proposta inovadora para as escolas. Podemos entender que muitas entenderão e comprarão a idéia e outras simplesmente não aceitarão, o que de fato já esperamos e é naturalmente entendido visto a criação de uma nova idéia no mercado.

Podemos perceber que o momento de maior atenção e dedicação é fazer com que os compradores do projeto realmente comprem esta idéia e acreditem nela. Não somente comprar a idéia é o principal, o mais importante de tudo começa depois do projeto fechado, que é a estruturação do acompanhamento e da implantação da coordenação e da metodologia de ensino que será aplicada.

Por outro lado, entende-se que o projeto é viável porém talvez tenha de ter uma planejamento mais longo e minucioso quanto a implantação e venda do mesmo.

Vemos na projeção de resultados futuros um pequeno lucro somente 2 anos depois do início do projeto acreditando que consigamos ao menos duas ou três escolas participando do projeto. Não podemos prever o crescimento que a nossa equipe interna de funcionários deverá ter. Será gradativo e conforme também o crescimento de clientes.

Percebemos também que deve ser feito uma pesquisa de mercado referente ao valor cobrado pelo serviço, se os potenciais compradores realmente pagariam o preço (ou até um preço maior) pelo serviço prestado. Pela prestação de contas e exposição dos resultados, sentimos que este valor deveria ser aumentado no

mínimo 25% para conseguirmos projetar um lucro maior para a empresa. O projeto é viável mas deve ser muito bem preparado antes de ir às ruas.

REFERÊNCIAS

BODY SYSTEMS – Disponível em: <http://www.bodysystems.com.br/>
Acesso em 04 abr 2010

DOLABELA, Fernando; Boa idéia e agora? – São Paulo: Editora de Cultura, 2000.

FERREIRA, Carlos Frederico Correa; O que é um plano de negócios? Abril 2008.
Disponível em:
<http://www.emprendacomsucesso.com.br/empreenda/Pagina.do?idSecao=17&idNoticia=192>.
Acesso em 15 jun 2010.

IBGE CIDADES – Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>
Acesso em 12 mai 2010

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas
Educacionais - INEP - Censo Educacional 2008;
Disponível em: <http://www.inep.gov.br/>
Acesso em 10 mai 2010

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>
Acesso em 30 mai 2010

SIEGEL, Eric S. e outros; Guia da Ernst & Young para desenvolver o seu Plano de
negócio – São Paulo: Record, 1991.

SINEPE/PR – SINDICATO DAS ESCOLAS PARTICULARES DO PARANÁ.
Disponível em: <http://www.sinepepr.org.br/>
Acesso em 09 mai 2010.

TELELISTAS.NET – Disponível em www.telelistas.net
Acesso em 30 mai 2010

ANEXOS

ANEXO 1

Dados demográficos da Cidade de Curitiba

DADOS GERAIS

Estado que Pertence: Paraná

Data de Fundação: 29 de março de 1693

Gentílico: curitibano

Estimativa da População 2009: 1.851.215

Área (em km²): 434.967

Densidade Demográfica (habitantes por km²): 4.111

Altitude (em metros): 934

DADOS ECONÔMICOS E SOCIAIS

Produto Interno Bruto (PIB)*: R\$ 19.109.744.000,00 (ano de 2004)

Renda Per Capita*: R\$ 11.065,00 (ano de 2004)

Índice de Desenvolvimento Humano (IDH): 0,856

Principais Atividades Econômicas: comércio, finanças e serviços

Mortalidade Infantil (até 5 anos de idade): 24,26 (por mil crianças)

Taxa de Alfabetização: 96,63% da população.

PONTOS TURÍSTICOS E CULTURAIS

- Museu Oscar Niemeyer, Museu de Arte Contemporânea, Museu da Imagem e do Som, Museu Metropolitano de Arte de Curitiba, Museu de História Natural. Teatro Guaíra, Bosque Alemão, Bosque São Cristóvão, Bosque do Pilarzinho, Jardim Botânico de Curitiba, Catedral Basílica, Memorial da Cidade, Ópera de Arame, Fonte da Memória, Relógio das Flores, Farol do Saber, Parque dos Tropeiros, Parque do Trabalhador, Bosque da Fazendinha, Memorial Japonês.

GEOGRAFIA

Índice Pluviométrico: 1.500 mm por ano

Relevo: levemente ondulado

Vegetação Predominante: Floresta ombrófila mista

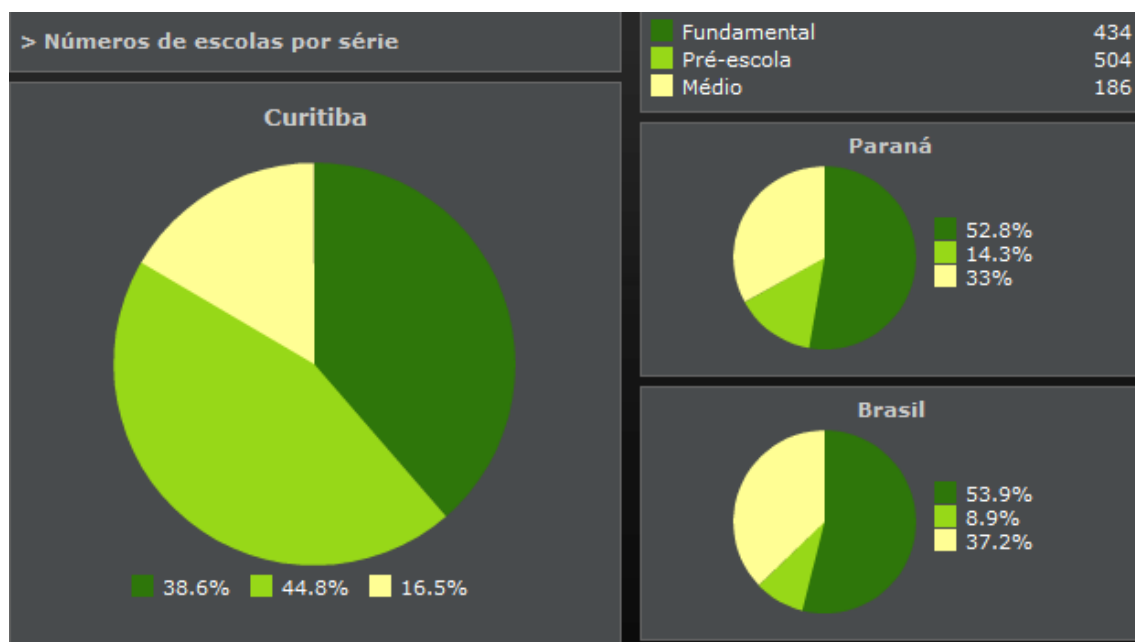
Rios importantes: rio Passaúna, rio Belém, rio Iguaçu

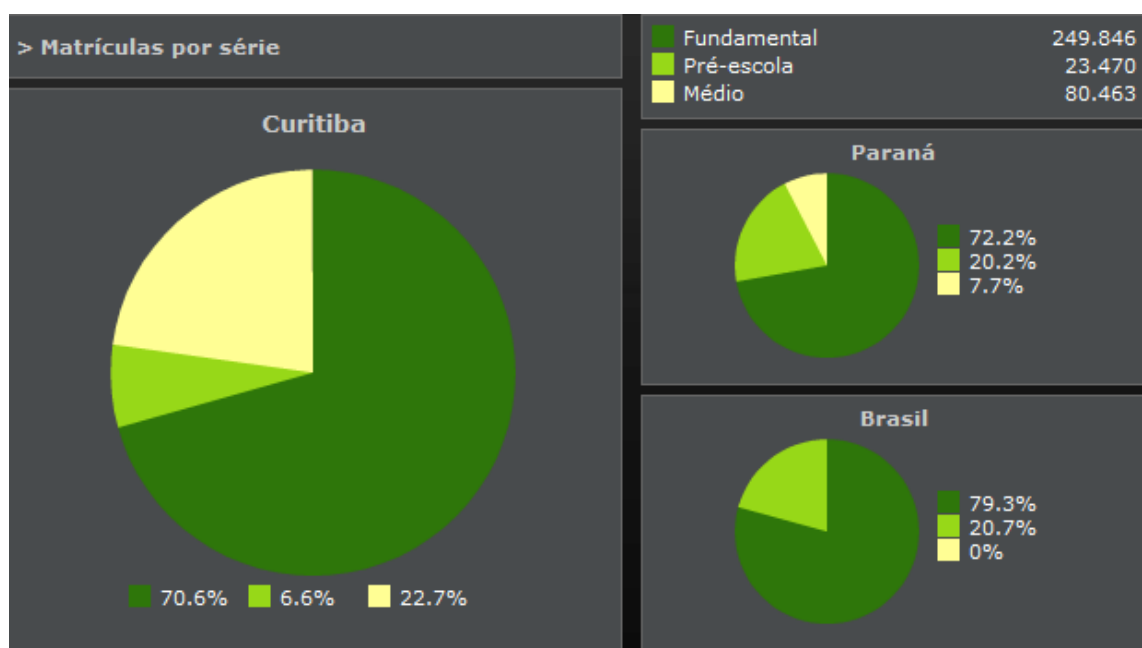
Clima: subtropical úmido

ANEXO 2

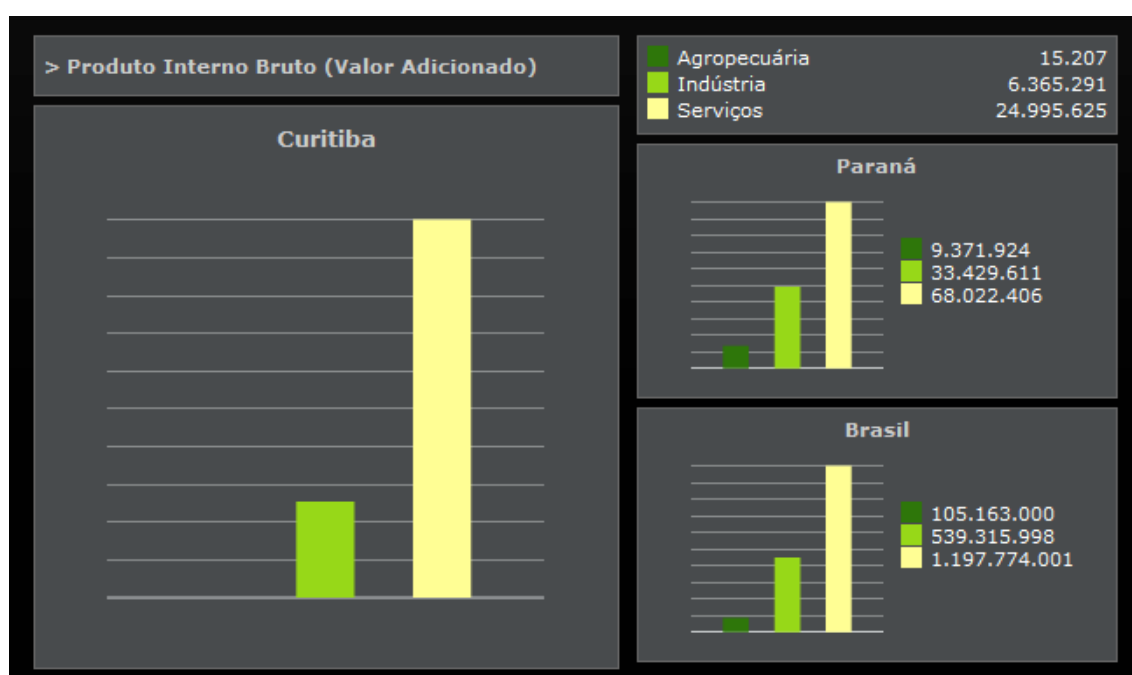
Universo do Público Alvo

Matrícula - Ensino fundamental - escola privada - 2008 (1)	44.884	Matrículas
Matrícula - Ensino médio - escola privada - 2008 (1)	17.627	Matrículas
Matrícula - Ensino pré-escolar - escola privada - 2008 (1)	12.188	Matrículas
Docentes - Ensino fundamental - escola privada - 2008 (1)	2.792	Docentes
Docentes - Ensino médio - escola privada - 2008 (1)	1.327	Docentes
Docentes - Ensino pré-escolar - escola privada - 2008 (1)	1.102	Docentes
Escolas - Ensino fundamental - escola privada - 2008 (1)	113	Escolas
Escolas - Ensino médio - escola privada - 2008 (1)	69	Escolas
Escolas - Ensino pré-escolar - escola privada - 2008 (1)	246	Escolas





PIB Curitiba – 2008



APÊNDICE

Pesquisa de opinião direta com público alvo

Pesquisa de Opinião

Público Pesquisado: Escolas Particulares de Curitiba

1. A dança é papel fundamental no desenvolvimento da criança e do jovem. Você incentiva esta pratica na sua escola?
☐ Sim ☐ Não
2. Sua escola oferece algum curso relacionado à dança? (Caso não pule para a pergunta 4)
☐ Sim ☐ Não
3. Você está satisfeito com o nível de aprendizado dado as alunos e relação à dança, conteúdo, metodologias que sua escola oferece?
☐ Sim ☐ Não
4. Acredita que com um método específico elaborado especialmente para seus alunos e ministrado pelos seus professores e coordenado por especialistas em dança o nível cultural, motor e intelectual dos alunos de dança possam melhorar?
☐ Sim ☐ Não
5. Acreditaria num método “terceirizado” de aulas de dança para seus alunos, onde o seu professor é treinado com tem aulas fechadas dentro de uma metodologia pedagógica, coordenado e orientado por especialistas, fazendo parte de uma certificação de ensino da dança?
☐ Sim ☐ Não